



Verbos que fazem a qualidade na prática

- 3** | Editorial
- 4** | Qualidade na conjuntura atual
- 14** | Qualidade comportamental
- 18** | Qualidade no cotidiano empresarial
- 30** | Qualidade como vocação

Verbos que fazem a qualidade na prática

Revista Moore Stephens Brasil

Edição II - Ano 2014

Conselho editorial:

Hélio Eiji Yamasaki; Hélio Mazzi Júnior; Jarbas Lima da Silva; Sérgio Lucchesi Filho e Marília Marcucci

Projeto editorial:

Bibiana Riedhorst e Marília Marcucci

Jornalista responsável:

Bibiana Riedhorst – MTB 28.049

Reportagens:

Karina Dacol

Projeto gráfico:

SG&C Comunicação

Impressão:

São Francisco Gráfica e Editora

Contato redação:

msnews@msbrasil.com.br

Agradecimentos:

Ennio Furlani Junior, Gerente de Controladoria na América do Sul da Huntsman Química Brasil; José Alves Neto, Gerente Administrativo Financeiro da Bequisa – A Company of Degesch Group; Nelson Fächter Filho, Diretor Geral do Grupo Le Monde Citröen; Ronaldo Munhoz, Diretor Superintendente do Grupo Newland Veículos e Rui Flávio Cháfalo Guião, Diretor Presidente do Grupo Santa Emília

Moore Stephens Auditores e Consultores no Brasil:

Belo Horizonte

msbh@msbrasil.com.br

Sócios

Adelmo de Oliveira, Ruy Gomes da Silva Filho, José Almeida de Oliveira, Marcelo Modesto Costa e Pedro Batista Feliciano

Cuiabá

mscb@msbrasil.com.br

Sócios

Adilson Luchtenberg, George Rodolfo Duarte de Oliveira, Hélio Mazzi Júnior, Hildebrando Camargo, Lúcio Martinis, Marco Antônio Olívio Palos e Ricardo Aurélio Rissi

Curitiba

msct@msbrasil.com.br

Sócios

José Boeing, Luiz Gibur Júnior, Paulo Roberto Cardoso e Paulo Cirilo dos Santos Neto

Florianópolis

msfl@msbrasil.com.br

Sócios

Altair Gottardi, Hélio Eiji Yamasaki, Luiz W. Jung e Rogério Nunes

Fortaleza

msfor@msbrasil.com.br

Sócios

Robinson P. Castro e Silva, Silvio Leitão de Castro e Silva, Sílvia Solange Marinho Pinto e Francisco Moisés de Almeida Gomes

Joinville

msjl@msbrasil.com.br

Sócios

Altair Gottardi, Hélio Eiji Yamasaki, José Francisco Gesser, Leila Patrícia Oliveira, Luiz W. Jung e Rogério Nunes

Porto Alegre

msoa@msbrasil.com.br

Sócios

Carlos Alberto dos Santos, Jarbas Lima da Silva, Roberto Augusto Ayub, Ronei Xavier Janovik e Sérgio Laurimar Fioravanti

Ribeirão Preto

msrp@msbrasil.com.br

Sócios

Hélio Mazzi Júnior, Hildebrando Camargo, Marco Antônio Olívio Palos e Ricardo Aurélio Rissi

Rio de Janeiro

msrj@msbrasil.com.br

Sócios

Luiz Sallé Karam, Sérgio Lucchesi Filho, Edison Pereira Lima, Samuel Akira Oyadomari, Carlos Atushi Nakamuta, Luiz Fernando Nóbrega, Odair Zorzini e Elói de Siqueira

Santa Maria

mssm@msbrasil.com.br

Sócios

Carlos Alberto dos Santos, Jarbas Lima da Silva, Roberto Augusto Ayub, Ronei Xavier Janovik e Sérgio Laurimar Fioravanti

Campinas

mscamp@msbrasil.com.br

Sócios

Ari Torres, Edison Pereira Lima, Elaine Renata Santos Vassoler, Mauricio Soares, Samuel Akira Oyadomari e Sérgio Lucchesi Filho

São Paulo

mssp@msbrasil.com.br

Sócios

Luiz Sallé Karam, Sérgio Lucchesi Filho, Edison Pereira Lima, Samuel Akira Oyadomari, Carlos Atushi Nakamuta, Luiz Fernando Nóbrega, Elói de Siqueira e Elaine Christina M. Gomes

Editorial



Hélio Eiji Yamasaki
Diretor executivo da
Moore Stephens no Brasil

Excelência: um valor que representa o mais alto patamar do estado de ser bom no que se faz. É isso que estamos constantemente buscando, pois sempre é possível melhorar ainda mais.

O mercado no Brasil está cada dia mais competitivo. Toda e qualquer atividade está exigindo a contínua busca por mais eficiência e criatividade nos modelos de negócio. Para atingir o sucesso, não basta ter bons recursos e produtos: é preciso ter um diferencial. E a Moore Stephens acredita na qualidade.

Nos dias de hoje, a qualidade tornou-se um item indispensável na vida das pessoas e está inserida nos mais diversos aspectos do âmbito pessoal e profissional. Isso acaba refletindo nos modelos de gestão das empresas, que precisam atender a essas exigências.

Para nós, a troca de experiências é extremamente importante para a gestão empresarial. Ao mesmo tempo em que a gestão conta com um material científico riquíssimo dentro das áreas de administração, ciências contábeis e economia, as experiências cotidianas na condução do negócio contribuem muito para determinar o sucesso da gestão. E são essas experiências, que apontam o que deu certo e o que não deu, que inspiram os gestores na condução dos seus trabalhos.

Pensando nisso, trazemos essa edição da revista Moore

Stephens Brasil com informações sobre gestão de qualidade, apontando desde os conceitos mais básicos até a multidimensionalidade da questão, abordando aspectos comportamentais e compartilhando experiências de sucesso na busca pela excelência, além de questões relevantes sobre a importância da qualidade no dia a dia do empresário, através de tópicos que envolvem controles organizacionais, tomada de decisões e qualidade de equipe e de tecnologias.

Com esta publicação, nós queremos nos aproximar ainda mais daqueles que acreditaram na excelência da Moore Stephens e alcançaram objetivos importantes na sua gestão, bem como criar novos laços e, por meio de modelos de sucesso, inspirar cada vez mais empresas a buscarem a excelência em todos os seus produtos, equipes e processos.

Que sejamos todos referências de qualidade, tanto nas nossas vidas quanto nas nossas empresas.

Desejo a todos uma boa leitura!

A handwritten signature in white ink, appearing to read 'Hélio Eiji Yamasaki', written in a cursive style.

A qualidade na conjuntura atual dos negócios

“ A tendência de pensar na gestão dos negócios pelo viés da Gestão da Qualidade, hoje considerada base de produção e comercialização, leva a empresa ao amadurecimento de projetos estratégicos e a novos comportamentos, que promovem o crescimento da organização em um processo de melhoria contínua. ”

A palavra qualidade tem sua origem no latim, *qualitate*, e pode ser considerada um conceito subjetivo empregado nas mais distintas situações e influenciado por fatores que englobam cultura, necessidades e expectativas. Por essa razão, o seu significado nem sempre é definido clara e objetivamente e a palavra pode ser conceituada de inúmeras formas, como, para citar alguns exemplos, um atributo essencial e diferenciador de algo ou de alguém ou uma medida de valor ou de excelência.

Do ponto de vista mercadológico, no que diz respeito a produtos e serviços, a palavra é empregada como sinônimo de excelência e a sua definição está sempre relacionada com a satisfação do cliente. "Compreender aspectos importantes para uma mudança empresarial e pessoal, utilizando conceitos e práticas da qualidade, é o princípio básico que fundamenta a excelência", diz Ranulfo Soares da Fonseca Junior, docente de Administração e Negócios do Senac São Paulo.

Em uma empresa, os conceitos de gestão da qualidade, garantia da qualidade e controle da qualidade são alguns pilares que embasam a aplicação do termo em seus bens e serviços.

GESTÃO DA QUALIDADE

A gestão da qualidade consiste em uma estratégia de administração baseada em conceber, controlar e melhorar os processos da empresa, criando a consciência da qualidade em todos os processos organizacionais. É uma estratégia empresarial que foca na preferência do consumidor, o que aumenta a produtividade, levando a uma maior competitividade e assegurando a sobrevivência das empresas. A gestão da qualidade passa por todas as etapas do negócio. Vai desde a forma como a empresa é gerida, a seleção de mão de obra qualificada, a aquisição de boa matéria-prima, a produção, até a venda e o atendimento pós-venda.

- O conceito da gestão de qualidade vem do toyotismo, modelo de produção japonês instaurado pela Toyota no cenário pós-guerra.
- O toyotismo foi uma solução alternativa encontrada para a produção no Japão, já que o modelo americano fordista não se adequava em razão da diferença de realidade entre os dois países.



Na época, o Japão possuía uma produção pequena e com recursos escassos, o que exigia um método flexível, pois a mão de obra não era segmentada como a do sistema americano. No toyotismo, o modelo de produção é multifuncional, permite flexibilidade para a produção e valoriza a capacitação e a eficiência dos profissionais, fatores que baseiam a gestão de qualidade.

Existem vários motivos para que uma empresa decida implementar um sistema eficiente de gestão da qualidade. Segundo Fonseca, o principal é o aumento dos lucros que ele pode trazer. Dessa forma, simultaneamente, a empresa também consegue uma maior fidelidade de clientes e um mercado mais estável. “Os clientes não mudam de fornecedor quando estão satisfeitos com o produto ou serviço que lhes é fornecido. A produtividade aumenta se existirem menos desperdícios e os processos forem otimizados, logo a qualidade é fundamental”, destaca.

Em alguns casos, a gestão da qualidade pode se estender para além da própria empresa, alcançando também fornecedores, distribuidores e outros parceiros envolvidos no negócio. Para isso, ela é composta por várias etapas, que vão desde o planejamento e a organização até o controle e a liderança, além do dever de avaliar periodicamente a trajetória da empresa. Somam-se a isso o entendimento de conceitos organizacionais, como planejamento

estratégico, ambiente e processos e o entendimento sobre a qualidade em si, com reflexo no comportamento das pessoas, e tem-se uma boa gestão da qualidade. Uma das formas de se trabalhar a gestão da qualidade é a adoção de alguma certificação. Apesar de ser o meio mais comum e mais difundido, não é imprescindível que se trabalhe através dela.

O choque do futuro

Quando há a necessidade de tomar decisões de forma muito rápida, muitas vezes, não se fazem escolhas cuidadosas. Essa atitude é chamada de “choque do futuro”. A frase “atire primeiro, mire depois” ilustra muito bem esse pensamento. No mundo dos negócios, há uma noção atualmente de que o sucesso depende exclusivamente da flexibilidade e da capacidade de adaptação. No entanto, é preciso pensar nos passos que serão dados em seguida, pois, do contrário, perde-se o controle do próprio destino. É preciso ter uma estratégia, independentemente da pressão do mercado. É possível desenvolver estratégias novas e um ambiente que seja receptivo a constantes revisões de rota.

Princípios de gestão da qualidade que devem ser observados por qualquer organização.

Foco no cliente: a razão de ser da organização é a satisfação da necessidade atual ou futura do cliente, seja com produtos ou serviços.

Envolvimento: o trabalho em equipe e a participação de cada um, com seus conhecimentos e habilidades, são essenciais para o bom funcionamento da organização.

Liderança: responsável por proporcionar um ambiente adequado para o melhor desempenho das atividades, com motivação e comprometimento no alcance das metas e objetivos.

Abordagem por processos: permite a visão sistêmica do funcionamento da empresa como um todo, possibilitando a entrega de resultados eficientes em todas as etapas, além de verificar, controlar e diagnosticar possíveis falhas em cada uma delas.

Abordagem sistêmica: possibilita que os processos interrelacionados sejam identificados, entendidos e gerenciados de forma a melhorar o desempenho da organização.

Melhoria contínua: para a organização manter a qualidade dos produtos, atendendo as necessidades do cliente e excedendo suas expectativas, é preciso observar o constante aperfeiçoamento dos processos, dos produtos e dos serviços.

Abordagem factual para a tomada de decisão: basear a tomada de decisão em fatos, e não em opiniões, proporciona e facilita a implementação e a manutenção de um sistema eficiente de monitoramento.

Benefícios mútuos nas relações com fornecedores: alianças estratégicas, parcerias e respeito são fundamentais, frente à interdependência existente entre eles e à necessidade de entendimento e atendimento aos requisitos para a satisfação do cliente.



GARANTIA DA QUALIDADE

São as ações tomadas para redução de problemas nos processos de execução, em um programa de acompanhamento sistemático e de avaliação dos diferentes aspectos de um produto ou serviço, que visa garantir que os padrões de qualidade sejam cumpridos, tais como a regulação da qualidade de matérias-primas, conjuntos, produtos e componentes, e também dos serviços relacionados com a produção, a gestão e os processos de inspeção.

Nas organizações, essa é a área responsável por lidar com as auditorias dos procedimentos e das atividades e deve ser balizada por dois princípios fundamentais: “o produto deve ser adequado à finalidade pretendida” e “erros devem ser eliminados”; ou “deve-se fazer certo desde a primeira vez”. Nesse caso, ressalta-se que o conceito de qualidade é determinado pelos clientes ou futuros clientes e não pelo senso comum.

CONTROLE DA QUALIDADE

É o processo relacionado com a medição da qualidade para diagnosticar se os requisitos estão sendo respeitados e se os objetivos da empresa estão sendo atingidos. É a ação de monitoramento e registro de resultados da execução das atividades de qualidade para avaliar o desempenho e recomendar as mudanças necessárias. Em suma, o controle de qualidade consiste nas medições locais feitas para detectar e reparar todos os defeitos ainda remanescentes e pode ser colocado em prática em testes do produto acabado, por exemplo.

INDICADORES

Para a empresa obter dados que embasem suas estratégias, é necessário estabelecer parâmetros objetivos na mensuração da qualidade, que facilitem as tomadas de decisão. Através disso, as empresas passam a desfrutar de um conhecimento profundo do negócio e conseguem explorar melhor os quadros de oportunidades empresariais, bem como passam a perceber suas fraquezas e podem se preparar para enfrentar as ameaças do mercado. Assim, toma-se como base o uso de indicadores, que são modos de representação quantitativa e/ou qualitativa de características específicas que refletem um aspecto da realidade observada.

Os indicadores representam, de forma quantitativa dentro de uma organização, a evolução e o desempenho dos seus negócios, a qualidade dos produtos e serviços e a participação e motivação de seus colaboradores. Eles estão relacionados com todos os processos de gestão da organização.

Tendo em vista o desejo de uma organização em ser competitiva em relação ao que os clientes desejam, sugere-se a utilização de conjuntos ou sistemas de medidas de desempenho da qualidade que reflitam a organização como um todo, apontando onde está a direção estratégica que a organização deve seguir e não medir apenas resultados financeiros, por exemplo.

“Os indicadores podem ser índices, métricas, pesquisas qualitativas e quantitativas que sejam capazes de indicar os resultados obtidos através do desenvolvimento das ações e alcance das metas e objetivos estabelecidos”, explica Fonseca. “Os indicadores quantitativos são aqueles obtidos através de números e dados exatos que são conseguidos através de mensuração, tabulação de relatórios e outras ferramentas. Os indicadores qualitativos são aqueles mais subjetivos, que partem da observação do avaliador de um projeto e não existem métricas exatas para medi-los, mas há metodologias”, acrescenta.

Assim, a tomada de decisão quanto a ações estratégicas, táticas e operacionais, são mais assertivas, tornando a organização mais competitiva e permitindo que ela atenda às necessidades e expectativas de seus clientes, já que os indicadores, quando bem aplicados, refletem a realidade empresarial e permitem a análise de prognósticos de forma mais efetiva.

AS ONDAS DE INOVAÇÃO

No mundo moderno, é fácil encontrar exemplos de inovações baseadas em tecnologias que revolucionaram a nossa vida e proporcionaram o surgimento e o crescimento de inúmeras empresas e negócios associados à qualidade, tais como a telefonia celular e o desenvolvimento de softwares inteligentes. “No entanto, inovar não é simplesmente introduzir algo novo. É preciso também que esse algo novo gere valor adicional. Assim, uma invenção não





implica em necessariamente inovação, somente o será se servir para alguma finalidade que crie ou acrescente valor”, aponta Fonseca. Para ele, as inovações geram fenômenos dinâmicos na economia, tanto nos seus aspectos macro quanto microeconômicos. No plano macroeconômico, as inovações e a busca de qualidade, para serem efetivadas, demandam a aplicação de recursos em investimentos produtivos, que favorecem o consumidor final. “A implementação de novos processos de produção exige a realização de investimentos na esfera da produção. Portanto, uma nova onda de inovação gera uma onda de investimentos em tecnologia que ocorrem ao longo do tempo. Também é verdade que esse comportamento dos investimentos tecnológicos não é linear, mas sim oscilante, embora haja uma tendência de crescimento no longo prazo”, diz.

Segundo a teoria do autor futurista norte-americano Alvin Toffler, a história da civilização humana pode ser dividida em três ondas de mudança: a agrícola, a industrial e a tecnológica – e uma quarta onda estaria por vir. A primeira onda da economia é a das sociedades agrícolas, que se caracterizou pelas atividades no setor rural e que durou cerca de 10 mil anos. Esse período consiste na exploração do setor primário da economia, em que se satisfazia apenas as necessidades essenciais e na qual o capital mais importante era a terra para o uso agrícola.

A segunda onda a que Toffler se refere é a Era Industrial, que se seguiu à Revolução Industrial na Inglaterra e no restante da Europa. Ela veio com a atividade industrial tradicional, constituindo o setor secundário e já dura 300 anos. Nessa onda, o trabalho é considerado alienante, pois a função do empregado consiste basicamente em repetir um número limitado de movimentos durante toda a jornada. Nessa era, os tipos essenciais de capital são as máquinas e as fábricas.

Sucedendo esse cenário, tem-se a terceira onda, que é a Era da Informação. Nela, a informação flui. É a fase calcada no setor terciário, dos serviços, através dos computadores, das telecomunicações, da robótica, dos microprocessadores etc. Nessa era, mente, informação e alta tecnologia são os tipos de capital essenciais ao sucesso.

Hoje, com a humanidade vendo-se diante de desafios globais relacionados ao meio ambiente, Toffler vê o prenúncio de uma quarta onda nos atuais avanços da biotecnologia, voltada para a criatividade, a cultura, a tradição e a sustentabilidade. De acordo com o autor, vive-se hoje a última parte da terceira onda - um rápido e revolucionário desenvolvimento da biologia e a sua convergência com a tecnologia da informação. Para ele, os avanços da biologia serão determinantes para desbravar fronteiras tecnológicas, que proporcionarão a modificação de algumas estruturas biológicas em seres humanos, gerando a possibilidade de preparação para o espaço, quando então a humanidade embarcará realmente na quarta onda, considerando a colonização espacial.



PARÂMETROS	A Revolução Industrial – Segunda onda	A Revolução da Informática – Terceira onda
Fatores de produção:	Terra, trabalho, capital	Conhecimento / informação
Capital:	<ul style="list-style-type: none"> • Alicerçado em bens tangíveis (aço, petróleo) • Recursos escassos 	<ul style="list-style-type: none"> • Com base em bens intangíveis (tecnologia, software) • Teoricamente sem limites
Moeda:	Ouro, papel moeda	Eletrônica / digital
Trabalho:	<ul style="list-style-type: none"> • O trabalho físico é predominante • Mecânico e repetitivo • Horários fixos • Em fábricas e escritórios 	<ul style="list-style-type: none"> • O trabalho mental é predominante • Mais criativo, menos intercambiável • Fluxo contínuo, ininterrupto • Em casa, no carro, no avião etc.
Inovação:	Intermitente	Constante
Escala:	Os grandes negócios e as grandes unidades de trabalho dominam	Pequenas empresas e unidades de trabalho são mais importantes
Infraestrutura:	Ênfase no transporte (estradas, pontes, instalações portuárias)	Ênfase na comunicação (sistema neural eletrônico com base em redes inteligentes)
Velocidade transacional:	Relativamente rápida	Em tempo real

Fonte: Alfredo Cordella, mestre em Administração pela Universidade São Marcos



para quem permanece na empresa, meios mais especializados de trabalho, já que, com o desenvolvimento tecnológico, as profissões repetitivas tendem a extinguir-se”, afirmam Marco Antônio de Almeida, Gustavo Gutierrez e Renato Marques no livro “Qualidade de Vida – Definição, conceitos e interfaces com outras áreas de pesquisa”. Assim, com uma reestruturação no ambiente de trabalho, foi possível melhorar a produção.

A partir dessa nova visão empresarial, o conceito de trabalho, segurança e higiene dentro das empresas mudou. Esse processo, que ocorreu de forma gradual, levou as empresas à preocupação com a responsabilidade social e à criação de selos de qualidade para serviços, produtos e clientes.

“Esse sistema de selos funciona, principalmente, devido ao mundo globalizado, em que as empresas não ficam restritas somente ao seu universo cultural, mas, para a exportação de produtos no mercado internacional devem se preocupar com os selos de qualidade dos produtos e serviços e, agora, com a responsabilidade social, há a exigência dos consumidores com a saúde do trabalhador”, explicam Almeida, Gutierrez e Marques.

Após a preocupação com um bom ambiente e boas condições de trabalho, passou-se a dar um novo significado ao conceito lazer, antes ligado à ociosidade, relacionando-o à qualidade de vida do trabalhador.



QUALIDADE DE VIDA NO AMBIENTE DE TRABALHO

Por se tratar de um conceito multidimensional, a qualidade também é subjetiva e sua percepção inclui aspectos emocionais dos indivíduos, tais como sentimentos e juízos de valor, provenientes da bagagem cultural de cada um, como ambiente e local em que vivem e trabalham. Dessa forma, o grau de satisfação das pessoas com suas realizações pessoais e profissionais variam conforme o padrão de sua sociedade e de seus valores pessoais – estes, de forma mais intrínseca.

A relação entre a qualidade de vida e o desenvolvimento das empresas evidencia a conexão entre a procura da qualidade dos produtos, das técnicas e tecnologias e a melhoria do ambiente de trabalho. Através de inovações tecnológicas e das técnicas de produção, foi possível passar a preservar a saúde do trabalhador e melhorar a qualidade dos produtos.

“Para ocorrer a qualidade dos produtos e da produtividade foi necessária a criação de novas técnicas e de procedimentos que interferissem na própria estrutura empresarial, como a diminuição dos empregados e qualificação dos trabalhadores, propiciando,

“ O estresse psíquico do executivo é desencadeado pela própria estrutura estratégica criada pela empresa no sistema produtivo. ”





“O mundo corporativo já está consciente da importância da qualidade de vida e da necessidade de criar melhores condições para o bem-estar dos colaboradores. Aqueles que investiram já começam a colher os frutos dessa colaboração entre empresa e colaborador, comprovando que o profissional produz mais e melhor quando se sente feliz e motivado”, explica Cecília Shibuya, Assistente Social e Presidente da Associação Brasileira de Qualidade de Vida.

Atualmente, o grande mal dentro das organizações é o estresse psíquico. Para o filósofo alemão contemporâneo Jürgen Habermas, o estresse psíquico relaciona-se com o Sistema Poder e Moeda, ou seja, com o mundo do trabalho e a coerção do Estado. Nesse sistema, as pessoas agem de forma a se manter no cargo e, por isso ativam uma forma mecanizada de autocontrole, típica do subalterno para não ficar desempregado ou daquele que almeja uma promoção, mas que leva ao desenvolvimento dessa condição.

No entanto, “como o sistema é regido pelo agir estratégico, mesmo os grandes executivos estão sob uma pressão psicológica muito grande. Justamente por saberem que o sistema conspira contra todos, a mentira é utilizada para ganhar sempre, conseguir alianças e melhores posições. O estresse psíquico do executivo é desencadeado pela própria estrutura estratégica criada pela empresa no sistema produtivo”, dizem Almeida, Gutierrez e Marques.

Para evitar esse problema, algumas empresas já se utilizam de artifícios como a flexibilidade de horários ou possibilidade de trabalho em home office, pequenas pausas durante o dia na empresa, com atividades como ginástica laboral, privilegiar uma relação de respeito e dignidade com os funcionários e minimizar a hierarquia e apresentar uma clara política quanto aos direitos e deveres do trabalhador e do empregador. “Num futuro próximo, o que diferenciará uma empresa da outra será a qualidade de vida de seus colaboradores, bem como o clima que predomina no local de trabalho, diminuindo a importância do tamanho da empresa e ressaltando a produtividade e a qualidade, resultantes do bem-estar organizacional”, aponta Shibuya.

A qualidade nos quesitos comportamentais de liderança, comunicação e coletividade



Por Flávio Souza

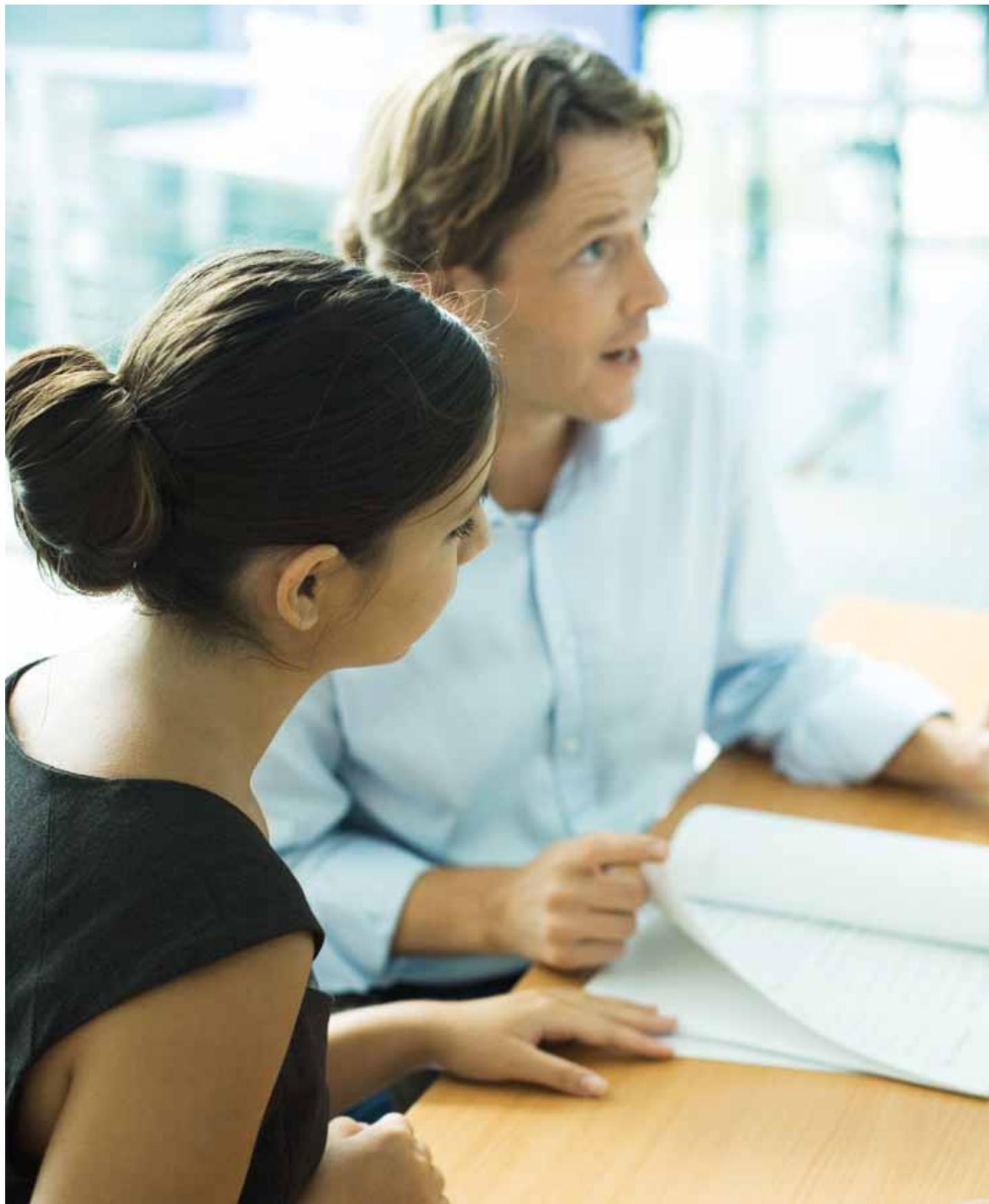


Nos últimos 40 anos, cada vez mais os executivos vêm sendo cobrados por seu desempenho de alta performance. Nunca se trabalhou tanto e a demanda por suporte e encorajamento desses profissionais só tem crescido nas organizações.

Desde a década de 90, as organizações buscam, de forma evolutiva, elevar seus resultados através do capital humano, cuja qualidade depende de fatores comportamentais de força motriz humana. Por isso, foram realizadas infindáveis pesquisas e estudos voltados para o impacto do comportamento humano dentro das organizações. Muitos quesitos comportamentais tornaram-se imprescindíveis para o gestor contemporâneo. Aqui, colocaremos um pouco de luz na liderança, na comunicação e na coletividade.

Quando falamos em quesitos comportamentais, não basta conhecê-los, é necessário desenvolvê-los com a qualidade necessária para que gerem valor e alta performance. Dessa maneira, o grande desafio dos executivos é construir a ponte entre o "saber" e o "fazer", sem deixar de lidar com um rio de pressões internas e externas, como a falta de tempo, a sobrecarga de informações e o excesso de trabalho. No meio disso tudo, ainda tomar decisões que definem o destino de uma organização.

Alguns quesitos comportamentais são universais para o alto desempenho organizacional. A liderança encabeça essa lista, pois a demanda moderna pede ao executivo que, além de gestor, seja líder, isto é, além de gerenciar processos, projetos, relatórios, sistemas e estruturas, ele deve ter a habilidade de motivar e influenciar as pessoas de forma ética e positiva, para que contribuam voluntariamente e com entusiasmo para o alcance dos objetivos da equipe e da organização.



Não dá mais para um gestor ser preparado apenas tecnicamente. É preciso ter qualidade no quesito de liderança. Essa necessidade tem gerado uma demanda crescente para a chamada Liderança Coaching, cuja prática vem conferindo não somente qualidade, mas também sistematização, estrutura, ferramentas e técnicas ao líder, denominado de Líder Coach. Essa metodologia facilita e confere flexibilidade a ele para agir de maneira situacional, isto é, de forma diferente e adequada a cada indivíduo, situação e tarefa, de acordo com a maturidade e necessidade de cada liderado ou equipe. Converte erros em aprendizado, desenvolve o potencial dos liderados e forma novos líderes.

Outro quesito essencial é o da comunicação, que também afeta diretamente os resultados da organização, pois é através dela que a estratégia corporativa é disseminada, o clima é estabelecido, a motivação é mantida e os clientes se relacionam com a empresa. Sua abrangência permeia, ainda, as relações que sustentam uma empresa. Essa competência de comunicação pode ser descrita como a habilidade de assegurar que as informações sejam passadas e recebidas de maneira efetiva. É comum pensar que se trata de uma competência fácil de ser desenvolvida e que a maior parte das pessoas se comunica bem. Ledo engano, são infindáveis os exemplos de comunicação ineficaz abrangendo os mais diversos níveis hierárquicos.

Em primeiro lugar, para desenvolver uma comunicação de qualidade é necessário que o indivíduo assuma 100% da responsabilidade pelo resultado da comunicação e aja de forma proativa nesse processo, tarefa nada fácil. Também se deve desenvolver uma escuta ativa, o que não é simplesmente estar em silêncio enquanto o outro fala, mas é criar uma ponte imaginária de mão dupla que permita uma transferência ao outro e recepção clara do que está sendo dito. Envolve uma sinergia entre duas pessoas ou mesmo entre equipes ou entre, ainda, empresa e consumidor. Para isso, é fundamental se abster de pré-julgamentos iniciais. Cada pessoa possui um modelo mental que foi constituído por crenças, valores e história de vida, que podem criar ruídos de comunicação, gerando uma série de inferências que distorcem um fato. Neste ponto, o autoconhecimento, conhecimento do outro e do contexto envolvido ajudam muito, pois se torna mais fácil analisar a situação de maneira mais imparcial e menos impulsiva.

Completando a tríade de quesitos comportamentais deste artigo, temos o senso de coletividade, que vem se destacando mediante as demandas sociais em todo o mundo, principalmente, como um fator importante na percepção de colaboradores e consumidores.

A coletividade é a essência da sociedade que está acordando e que cobrará, paulatinamente, uma postura condizente de seus líderes e marcas.

São muitos os gurus de marketing que vem anunciando aos quatro ventos a necessidade de as empresas se posicionarem no mercado através de um “ideal” que aborda o bem comum. O mesmo está sendo solicitado aos profissionais para que realmente inspirem outras pessoas. A coletividade requer a junção de ações individuais trabalhando em um fim específico - o bem de todos e de nosso planeta - e ela somente será concreta quando juntarmos múltiplos esforços e deixarmos de viver alienados em nosso próprio mundo. Coletividade tem a ver com perdas individuais e ganhos comuns, pois compete na distribuição de resultados impessoais ou particulares.

Lembre-se que pensar em coletividade não nos isenta de assumirmos responsabilidades e tarefas individuais, pelo contrário, alerta-nos para uma conotação mais abrangente, em que cada indivíduo deve fazer a sua parte até que um todo se concretize e se torne viável a todos.

Nesse cenário, as tomadas de decisão e atitudes comportamentais do executivo, no que tange à maneira como ele se relaciona com si próprio, com os outros e com as situações que o rodeiam, afetam diretamente os resultados globais da organização, independentemente do seu tamanho.

Falar em liderança, comunicação e coletividade é falar em competências que possuem complementariedade tamanha que maximiza resultados através do impacto que causam nas pessoas, dentro e fora da organização. Dentro das organizações, obtém-se uma gestão de pessoas mais eficiente e melhoria no clima organizacional, onde os colaboradores tendem a trabalhar de maneira mais inteligente, engajada e cooperativa, e isso influencia o resultado da empresa. Fora da empresa, além do impacto institucional, há o impacto sobre a mídia, o consumidor e a comunidade.

Flávio Souza

Trainer coach da Você Vencedor Soluções Empresariais, conferencista internacional e especialista em programação neurolinguística
flaviosouza@vocevencedor.com.br
www.vocevencedor.com.br

A importância da qualidade no cotidiano do empresário

“ Empresas alcançam resultados importantes no mercado por apostarem na qualidade. ”

Durante o processo de desenvolvimento da concepção atual de qualidade, ela, que antes era vista como um problema a ser resolvido, passa a ser considerada uma oportunidade de vantagem competitiva frente à concorrência. De acordo com José Alves Neto, Gerente Administrativo Financeiro da Bequisa – A Company of Degesch Group, a qualidade no dia a dia possibilita agilidade em tomadas de decisões assertivas.

Dessa forma, observa-se que o problema de algumas empresas não é a falta de interesse pela qualidade, mas a falta de um correto entendimento sobre ela, o que é fundamental para a organização assumir uma função estratégica, garantir a sobrevivência empresarial e buscar por liderança no mercado. Sendo assim, a qualidade deixou de ser encarada como um problema a ser resolvido através de inspeção, controle e coordenação proativa, para ser considerada uma possível arma contra a concorrência. “Hoje, se não há um programa de qualidade dentro da empresa, fica muito difícil medir nossas deficiências e os próximos desafios. Por isso, creio que a qualidade é algo em que devemos sempre investir mais e mais. Isso reflete positivamente no mercado, melhorando a imagem do empresariado”, comenta Ennio Furlani Junior, Gerente de Controladoria na América do Sul da Huntsman Química Brasil.

De acordo com Ranulfo Soares da Fonseca Junior, docente de Administração e Negócios do Senac São Paulo, “o comprometimento está no dia a dia, desde a importância dada a um colaborador que tem sua ideia aprovada e colocada em prática, até análises em focos micro e macro”. Tudo é pensado para a redução do custo e melhoria da qualidade. “Produto com qualidade se faz com peças de qualidade, que provêm de processos com qualidade. Produtos devem e podem ser cada dia mais baratos, mesmo que tenham qualidade total. O empresário deverá estar sempre ligado a essas questões”, ressalta. Para ter sucesso, é preciso que a organização tenha um leque de recursos reais ou potenciais a gerenciar. O modo como a empresa os gerencia e os processa irá resultar na vantagem competitiva diante da concorrência. No entanto, para administrar esses recursos, as habilidades dos trabalhadores, bem como suas percepções, conflitos e interesses, são fatores determinantes para a empresa tornar-se competitiva. Assim, o que a organização deve fazer é criar uma situação na qual seus recursos, diretamente ou indiretamente, sejam mais difíceis de a concorrência alcançar.

De acordo com Furlani, “em primeiro lugar, devemos acreditar nas pessoas que trabalham conosco e estão envolvidas nos processos e dar o suporte necessário, quer seja do ponto de vista de treinamento, como também do ponto de vista gerencial. A alta direção da empresa também deve estar comprometida para que os objetivos sejam alcançados”, aponta. Assim, a empresa deve estar preparada, de maneira rápida e satisfatória, para absorver as mudanças sociais, tecnológicas e econômicas do ambiente no qual esteja inserida, de modo que a qualidade passe a envolver todos os departamentos de forma global através de um sistema que vise ao aperfeiçoamento da organização e de seus processos.

DISSEMINANDO A TEORIA PARA A PRÁTICA



José Alves Neto
Gerente Administrativo Financeiro
da Bequisa – A Company of Degesch
Group

“ O crédito na excelência é a busca constante no aprimoramento gerencial, respeitando princípios básicos, como a ética e a perpetuação do negócio, protegendo seu capital e respeitando normas e procedimentos (leis e processos). O princípio de gestão é milenar e as mudanças que ocorreram nesse processo estão atreladas aos eventos e situações acessórias, como a tecnologia, por exemplo. Nesse ponto, as empresas de consultoria nos ajudam muito, massificando as novas técnicas de soluções no nosso dia a dia para aprimorar o que já existe. Compartilhar experiências de gestão que deram certo é justamente a disseminação da teoria para a prática. ”

A Bequisa – A Company of Degesch Group é uma empresa do segmento de química fina do Grupo alemão Degesch, localizada em São Vicente, no estado de São Paulo. É cliente da Moore Stephens desde 2009.



A QUALIDADE COMO ESTRATÉGIA EMPRESARIAL

A qualidade, enquanto aspecto de gestão ou de processo produtivo, é um dos principais recursos que a organização detém. Dentro dessa perspectiva, ela deve ser definida do ponto de vista do consumidor, que avalia a empresa comparativamente em relação à concorrência. Desse modo, ela deixa de ser comparada com padrões internos e passa a ser concebida a partir do olhar do cliente.

Na prática, Rui Flávio Cháfalo Guião, Diretor Presidente do Grupo Santa Emília, explica como o grupo, do ramo de concessionária de veículos, trabalha essa percepção. Segundo ele, à medida que a tecnologia aperfeiçoa os carros, a única maneira de estabelecer um diferencial perante o cliente é envelopar estes veículos com um compromisso de qualidade: no atendimento, na demonstração do produto, na oferta de diversas modalidades de financiamento e outros serviços adicionais, como seguros e despachantes, por exemplo, na entrega do veículo comprado, na prestação das garantias e de demais serviços mecânicos.

Para perceber corretamente a noção de qualidade dos consumidores, a pesquisa de mercado torna-se um instrumento apropriado, indicando como a empresa deve posicionar seus bens ou serviços. A preocupação com o posicionamento da empresa no ambiente externo envolve interesses estratégicos e competitivos da gerência, assumindo, então, uma função gerencial.

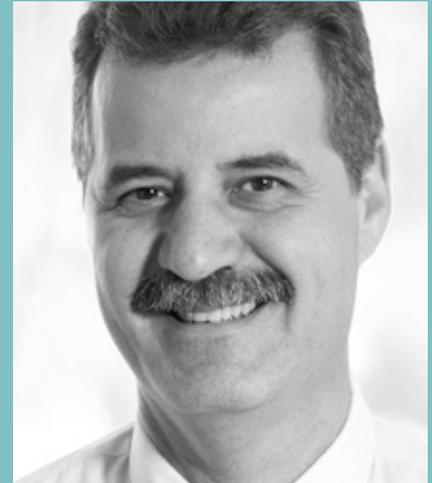


Importância da qualidade no ambiente empresarial

O professor Ranulfo Soares da Fonseca Junior lista alguns fatores:

- Motiva para implementação de um sistema de gestão da qualidade.
- Desperta a consciência para a qualidade na empresa.
- Contribui para a criação de ambiente favorável para a mudança na empresa.
- Desperta a consciência para a implementação de indicadores de gestão na empresa.
- Conscientiza o empresário para as necessidades de planejar e definir as diretrizes estratégicas da empresa.

ESTUDANDO CASO A CASO INTERNAMENTE NA BUSCA POR MELHORIAS



Ennio Furlani Junior
Gerente de Controladoria na América do Sul da Huntsman Química Brasil

“ Toda e qualquer experiência de sucesso, em termos de gestão, deve ser observada com respeito e admiração. Porém, nem sempre uma experiência bem sucedida em uma área ou empresa pode ser integralmente aplicada a outra empresa. É necessário sempre uma adaptação e estudo, de forma que esta solução possa ser compartilhada. Isso acaba gerando um análise interna, que mostra que existe sempre um espaço para buscar melhorias. Qualquer mudança gera sempre expectativa e resistência, mas ela acaba, na maioria das vezes, sendo bem recebida quando bem trabalhada. ”

A Huntsman Química é uma empresa multinacional, que fabrica e comercializa produtos químicos diferenciados. No Brasil, existem filiais nos estados de São Paulo e Santa Catarina. É cliente da Moore Stephens desde 2013.

ENTENDENDO PROFUNDAMENTE OS ANSEIOS DO CLIENTE



Rui Flávio Cháfalo Guião
Diretor Presidente do Grupo
Santa Emília

“ Nossa missão não é só vender um carro para nosso cliente, mas vender todos os carros que ele vier a comprar. O cliente deve ver em nós um consultor, de maneira que acredite nas nossas propostas, que deverão ser sempre as mais verdadeiras. Em resumo, nosso objetivo é fidelizar nossos clientes. A qualidade é fundamental. ”

O Grupo Santa Emília é um grupo de concessionárias autorizadas de veículos de várias marcas, localizado no interior do estado de São Paulo e Triângulo Mineiro. É cliente da Moore Stephens desde 1999.



Outra dica de Guião é a adoção de programas de qualidade para o controle do desempenho da empresa, passando por todas as categorias de profissionais, do atendimento à direção. Ele explica, na prática, como funciona o programa no Grupo Santa Emília:

“No controle de nosso desempenho, instituímos um programa de qualidade, que afere todas as nossas atividades. Como prática de pós-vendas, contatamos por telefone nossos clientes num prazo de até três dias da consolidação da compra. Temos três tipos de classificação: satisfeitos, insatisfeitos e satisfeitos-mas, que são aqueles que declaram ter gostado de nosso atendimento e serviço, porém têm uma observação a fazer. Nesses dois casos, o gestor tem 24 horas para falar com o cliente, dando solução ao problema ou estabelecendo prazo para solucioná-lo. Os clientes insatisfeitos são encaminhados para, além do gestor, o diretor de cada uma das cinco marcas que representamos, a fim de que ele possa acompanhar as reclamações. Nosso sistema fornece gráficos de percentuais de insatisfação, bem como verbalizações dos pesquisados, além de relatório do tempo levado para se atingir a solução. Parte do salário de nossos vendedores e gestores está condicionada ao atingimento de metas previamente estabelecidas de qualidade. Uma empresa varejista necessita, também, de um back office eficaz e rápido, que dê suporte às operações de vendas e normatize os procedimentos desses eventos”.

A gestão bem sucedida de uma organização requer, na opinião de Nelson Fächter Filho, Diretor Geral do Grupo Le Monde Citroën, três pilares básicos: pessoas, processos e ética. “Pessoas porque, quando se forma um time de bons profissionais e se consegue despertar neles o comprometimento e a vontade de fazer certo, há economia de tempo e produtividade. Processos porque só



o planejamento adequado dos fluxos de trabalho pode levar a organização a um padrão de eficiência superior. O que cada um faz e como isso deve ser feito são perguntas que devem ser respondidas pelo gestor através dos processos que compõem o dia a dia da empresa. Ética, porque só com transparência nas ações de cada membro da organização se consegue o respeito dos clientes e da sociedade como um todo. E é esse respeito e admiração que levarão a empresa a construir uma história de sucesso com solidez”, explica.

CONSULTORIA

Os serviços de consultoria são ferramentas importantes para o gestor de uma empresa poder tomar decisões. “Sem esses serviços, as informações que sobem ao gestor podem estar contaminadas por erros ou inconsistências que farão com que ele tenha uma visão distorcida da realidade. Se isso ocorrer, é certo que a atitude tomada não gerará os resultados esperados e a organização perderá eficiência e produtividade”, aponta Füchter. Além disso, um erro de diagnóstico em uma área como a tributária, por exemplo, pode ser fatal e colocar a empresa em situação de risco. Sendo assim, os serviços de consultoria são essenciais para que o gestor tenha a colaboração dessa visão externa sobre a sua organização, que mesmo sendo essencialmente crítica pela sua natureza, gera para ele um poderoso elenco de informações que farão com que as suas decisões sejam tomadas dentro do cenário mais realista possível.

APRENDENDO COM ERROS E ACERTOS, ATRAVÉS DA TROCA DE EXPERIÊNCIAS



Nelson Füchter Filho
Diretor Geral do Grupo Le Monde Citröen

“ A troca de experiências é uma forma simples e ao mesmo tempo rica de aprendizado. Aprender com casos reais de pessoas e empresas que já viveram situações parecidas com as que enfrentamos em nosso cotidiano nos faz pular algumas etapas do desenvolvimento empresarial, ganhando tempo e dinheiro. Se podemos aprender com os erros dos outros, porque vamos deixá-los de ouvir e errar? A moderna gestão empresarial pressupõe a troca permanente de experiências, gerando um fluxo contínuo de informações que servem de base para o processo de tomada de decisões de um gestor. ”

O Grupo Le Monde Citröen é um grupo de concessionárias autorizadas da marca Citröen, localizado nas principais cidades do estado de Santa Catarina. É cliente da Moore Stephens desde 2008.

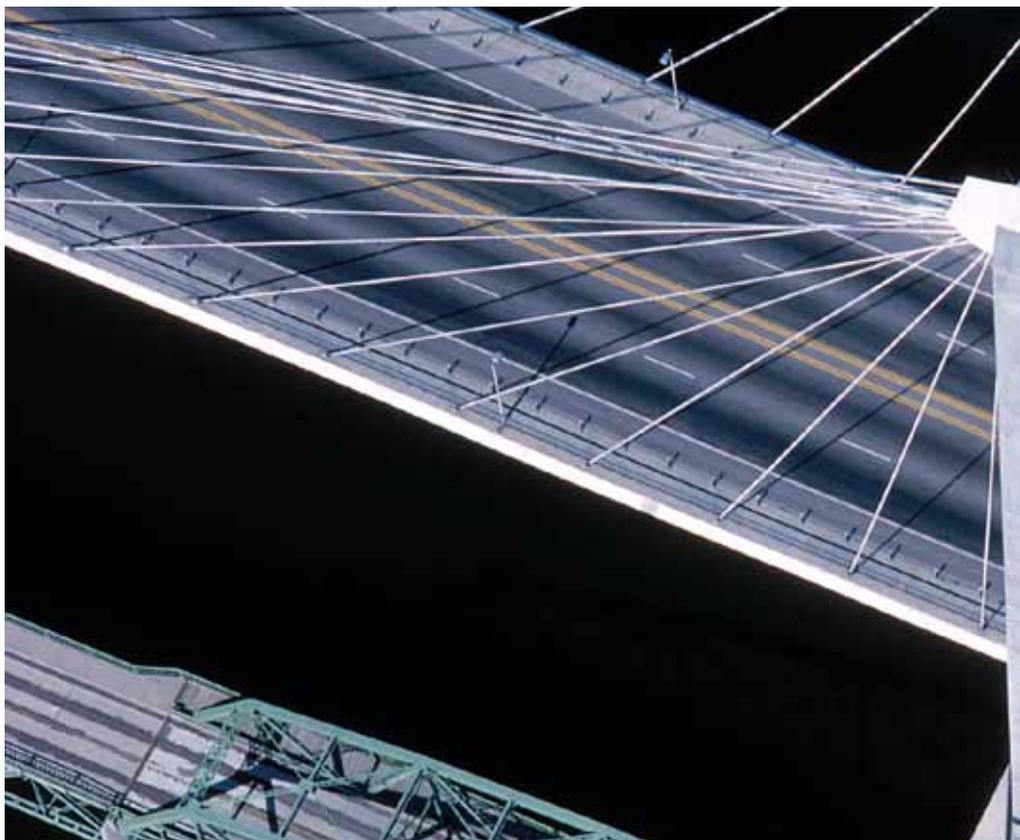
CONHECENDO DE PERTO OS DETALHES PARA UM BOM PLANEJAMENTO



Ronaldo Munhoz
Diretor Superintendente do Grupo
Newland Veículos

“ Hoje, a qualidade deixou de ser um diferencial para ser uma obrigação. Portanto, é de fundamental importância que trabalhem sempre em busca do aperfeiçoamento das nossas práticas, elevando assim a qualidade dos produtos e serviços que oferecemos. Assim, para alcançar objetivos importantes na gestão, deve-se estudar e conhecer muito bem os detalhes da operação, tanto em seu ambiente interno, como no externo; estar atualizado; aprimorar ao máximo e continuamente os processos e trabalhar com foco em planejamento. Além disso, é importante estar cercado de bons parceiros e ter uma equipe capaz e comprometida. ”

O Grupo Newland Veículos é um grupo de concessionárias autorizadas da marca Toyota, com matriz em Fortaleza e filiais em Brasília, Juazeiro do Norte, Teresina e Sobral. É cliente da Moore Stephens desde 2011.



QUALIDADE DE CONTROLES ORGANIZACIONAIS

Os controles organizacionais são processos indispensáveis para a empresa e implementados para direcionar a utilização da estratégia. Através deles, é possível comparar os resultados reais com os esperados, além de definir ações corretivas para quando a diferença entre eles for inaceitável. O acompanhamento criterioso garante a qualidade dos produtos, a quantidade correta e o cumprimento dos prazos.

Para uma empresa explorar de forma bem sucedida suas vantagens competitivas, é muito importante que ela adote controles organizacionais eficientes. Quando adequadamente projetados, eles possibilitam a compreensão de comportamentos da empresa que melhoram o seu desempenho. De acordo com Furlani, os controles internos ou organizacionais levam a melhorar a qualidade e o armazenamento de dados dentro da organização e, conseqüentemente, ter processos mais claros e objetivos, além de tornar o ambiente de dados mais seguro. “O treinamento e a revisão constantes dos controles organizacionais são uma forma de buscar a qualidade a todo instante”, diz.

Em suma, são medidas adotadas por organizações de diferentes segmentos em todo o mundo para definir padrões em procedimentos, políticas e ações, de maneira uniforme. Deve-se considerar o grau de satisfação do consumidor, acionistas, funcionários, fornecedores e sociedade. É definindo o padrão de qualidade que se definem as ações de acompanhamento. Assim, o uso de mecanismos gerenciais adequados e de um sistema de controles internos eficiente é extremamente importante para o bom andamento de uma empresa.



Conheça os controles organizacionais mais importantes:

Produção: ficha técnica de produtos, ordem de fabricação, plano de produção, controle de mão de obra, controle de fações, se houver, controle de qualidade e controle de desperdícios e defeitos.

Compras e estoques: coleta de preços, pedidos de compra, recebimentos de compra e controle de estoque ou de seu giro.

Vendas: cadastro de clientes e administração de vendas (controle diário e mensal).

Finanças: registro de caixa, controle de contas a pagar e a receber, fluxo de caixa e de custos e despesas.

Balanço gerencial: apuração de resultados, balanço patrimonial, orçamento e projeção de resultados.

Fonte: Sebrae



QUALIDADE DE INFORMAÇÕES PARA A TOMADA DE DECISÕES

A informação é algo vital nos dias de hoje, o que muitas vezes pode determinar uma tomada de decisão certa ou errada. Portanto, os controles internos e os processos devem ser claros, de forma que todos possam entender o fluxo da informação e assim, conseqüentemente, a informação se apresentar de forma mais segura para qualquer tomada de decisão. “A padronização das informações é algo que ajuda, e muito, a tomada de decisão com mais segurança”, aponta Furlani.

Discute-se muito a relação entre tomada de decisão no ambiente organizacional e qualidade da informação, considerando a intuição dos decisores. “Com relação à qualidade da informação, é necessário distinguir e discutir os atributos da informação que a qualificam”, aponta Fonseca. “Entretanto, esses atributos podem ser relativizados, em razão da avaliação dos decisores. Utilizar a informação de forma racional e técnica permite às pessoas o desenvolvimento de sua capacidade analítica. Assim, saber ordenar os problemas organizacionais, analisá-los e buscar soluções são habilidades fundamentais dos profissionais da atualidade, constantemente expostos à tomada de decisão nas organizações em que atuam”, pondera.

QUALIDADE DE EQUIPE E DE RECURSOS HUMANOS

Um dos principais ativos de qualquer empresa é o capital humano. A dimensão estratégica da qualidade exige das organizações uma contínua adequação às necessidades dos consumidores, o que desencadeia um processo de melhoria contínua que acirra a disputa mercadológica. Assim sendo, é fundamental que os funcionários compreendam a importância disso como uma questão de sobrevivência da empresa e deles mesmos.

Dessa forma, é preciso trabalhar para que haja uma internalização da ética da qualidade entre os funcionários, além do desenvolvimento de uma cultura organizacional em que todos se sintam responsáveis por ela, de modo que todos estejam engajados na tarefa de garantir qualidade aos bens e serviços da organização, a fim de que se possa utilizá-la como arma contra a concorrência.

“A equipe é fundamental em qualquer processo organizacional, pois uma equipe pouco preparada e sem o conhecimento dos processos internos com certeza poderá gerar informações incorretas e desta forma perder credibilidade”, diz o Gerente de Controladoria





da Huntsman. “É vital o treinamento técnico do grupo, assim como o treinamento interno das regras e objetivos que a empresa busca e tem como meta. Isso deve ser enfatizado de tempos em tempos, através dos treinamentos internos via web e mesmo presenciais, quando necessário. Hoje, a tecnologia nos ajuda muito neste processo educativo dentro das empresas”, acrescenta.

A inserção da gestão de recursos humanos na gestão da estratégia empresarial pode colaborar para o sucesso de programas de qualidade total, enfatizando-se as vantagens competitivas que podem ser criadas por essa parceria, tais como aprendizagem organizacional, gestão da cultura organizacional e organização baseada em equipes.

“Sem esse intelectual, os outros aspectos de qualidade da empresa não teriam fundamento. Ter uma equipe de Recursos Humanos atenta e treinada, buscando e implantando essa sinergia, viabiliza os negócios internos e os reflexos são as conquistas externas”, observa Alves. Em adição a isso, um sorriso, um olhar, o vestuário adequado, a segurança das informações passadas ao cliente e um aperto de mão firme acabam se tornando insumos dos produtos ou serviços oferecidos pela empresa e devem ter a sua garantia assegurada.

QUALIDADE DE TECNOLOGIAS

A tecnologia da informação evolui, potencializa a capacidade humana de produção e torna as pessoas cada vez mais incluídas, conectadas e antenadas. “A produção da riqueza de uma sociedade depende de inúmeros fatores. Ela é determinada, fundamentalmente, pela disponibilidade de recursos naturais, por máquinas, equipamentos, instalações e por volume e grau de qualificação de sua mão de obra”, aponta o professor do Senac São Paulo. Para as teorias mais tradicionais da economia, a tecnologia estabelece como esses fatores poderão ser combinados para a produção de bens e serviços.

“É uma ferramenta presente em todos os setores da sociedade e, portanto, nas empresas não é diferente. Em muitos casos, em empresas mais globalizadas, o recurso tecnológico é fundamental não só do ponto de vista de redução de custos, mas também como um recurso de tomada de decisões mais rápidas, além de servir como uma ferramenta de integração e comunicação (conference calls, chats etc.)”, observa Furlani. “A empresa que não estiver bem preparada tecnologicamente hoje em dia com certeza está a um passo atrás dos demais competidores”, completa.

Agenda 2014

Seminários e conferências

20 a 23/5/2014 – ExpoGestão 2014: Mantenha-se à frente. Inspire-se. Inove. Evolua.
Joinville (SC)

A ExpoGestão é uma oportunidade para líderes empresariais e gestores trocarem experiências, atualizarem tendências e estreitarem relacionamentos, unindo o pensamento à prática da gestão empresarial. Além do congresso, o evento conta com feira de produtos e serviços e workshops.
0800 735 5500 • www.expogestao.com.br

18 a 21/8/2014 • CONARH
São Paulo (SP)

Em sua 40ª edição, o Congresso Nacional sobre Gestão de Pessoas, o maior evento de gestão de pessoas da América Latina e segundo maior do mundo, terá o tema: RH Urgente! Ousar, Inovar e Performar.
(11) 3124-8850 • www.conarh.com.br

3 e 4/9/2014 • 2º Fórum Global de Gerenciamento de Projetos
Rio de Janeiro (RJ)

Um ambiente para ampliar e aprofundar a rede de contatos e ter acesso às inovações na área de Gerenciamento de Projetos. O Fórum será composto de exposições, workshops, palestras, mesas-redondas e apresentação de trabalhos técnicos.
(21) 2563-4455

28/8 a 2/9/2014 • The Best of Philip Kotler: como criar, conquistar e dominar mercados
Manaus (AM), Brasília (DF), Salvador (BA) e Belo Horizonte (MG)

Considerado a maior autoridade mundial em marketing, Kotler é autor de mais de 51 livros, 12 deles publicados nos últimos cinco anos. Obteve o mestrado pela Universidade de Chicago e o Ph.D. pelo MIT, ambos em Economia.
www.hsm.com.br

Feiras e exposições

6 a 8/5/2014 • SMART Automation Austria
Viena, Áustria

O evento é focado na tecnologia de automação e tecnologia de medição, concentrando-se especialmente na tecnologia de medição, na tecnologia de automação, no sistema e construção de máquinas, testes, aferição e manutenção.
www.wien.smart-automation.at

13 a 16/5/2014 • National Manufacturing Week
Sydney, Austrália

O evento fornece uma oportunidade para a obtenção de novos produtos e tecnologias em toda a gama de setores da indústria. É o único evento que reúne líderes de mercado a partir de uma grande variedade de comunidades nacionais e internacionais de fabricação.
www.nationalmanufacturingweek.com.au

06 a 10/10/2014 • TED Global
Rio de Janeiro (RJ)

Um dos principais eventos da área de tecnologia e inovação, conhecido pelo lema "Ideas worth spreading" (Ideias que merecem ser espalhadas).
www.conferences.ted.com/TEDGlobal2014

10 a 12/11/2014 • 16ª FIMAI
São Paulo (SP)

A Feira Internacional de Meio Ambiente Industrial e Sustentabilidade é uma mostra atualizada de opções na área ambiental e possibilita o contato com especialistas e empresários atuantes no Brasil. É considerada a mais importante feira do setor de Meio Ambiente Industrial na América Latina.
(11) 3917-2878 • www.fimai.com.br

NOTA

A Moore Stephens Brasil não se responsabiliza por alterações de datas ou programações realizadas pelos organizadores dos eventos. No caso de interesse dos leitores em um evento, recomendamos contato direto com os responsáveis para confirmação das informações.

Para ter qualidade,
é preciso ter vocação



Por Marília Marcucci

Sonhar. Persistir. Construir. Alcançar. Compartilhar.

Esses são alguns dos verbos escolhidos pela Moore Stephens Brasil para ilustrar a campanha “Verbos que fazem a qualidade na prática”, criada para iluminar a vocação das empresas que não se cansam, nunca, de agir para encontrar a melhor maneira de fazer as coisas.

Através dos nossos auditores e consultores, que visitam, constantemente, empresas de variados tamanhos, tipos e segmentos, vivenciamos, de perto, problemas e soluções em todos os níveis de dificuldade, que vão desde a implantação de novas práticas de gestão até a viabilidade do resultado final alcançado. São muitos os obstáculos enfrentados pelos empresários. Contudo, o que mais impressiona nessa vivência não são as vitórias alcançadas; mas sim, a vontade de continuar fazendo melhor. E a vontade de fazer melhor é a grande propulsora da qualidade.

Quando estudamos a história das empresas que, um dia, se tornaram grandes potências, descobrimos que todas passaram por um momento em que existia uma distância muito grande entre a sua capacidade imediata de atuação e a vontade de ocupar um novo lugar no mercado. A vontade desmedida de transformar

uma realidade é o grande vetor dos casos de sucesso e a principal característica de quem tem vocação.

“Vocação” vem do verbo latino “vocare”, que significa “chamar” – é o chamado que vem de dentro para nos levar a um fazer tão determinado, que não podemos realizar outra coisa a não ser esse fazer predestinado.

É por isso que ninguém consegue fazer o melhor se não tiver vocação. É ela que vai suportar os erros e incidentes do meio do caminho, fazendo-nos levantar das quedas e trazendo-nos de volta a cada desvio de rota.

Qualidade é vocação. Se não for movida pela vontade, de dentro, não faz sentido, na prática.

Marília Marcucci

Gestora de comunicação da Moore Stephens
mary@msbrasil.com.br

*Para construir a história de uma empresa na qual
a tradição é mundial e a personalidade local,
colocar verbos em prática é absolutamente necessário.*

O mesmo vale para as pessoas.

*Viver com mais ação é o grande segredo
para se alcançar novas conquistas.*

VERBOS QUE FAZEM A QUALIDADE NA PRÁTICA.



MOORE STEPHENS

CUIDAR

CONSTRUIR

SONHAR

ACREDITAR

INVOCAR

PERSISTIR

ENCORAJAR

FORTALECER

Moore Stephens Auditores e Consultores

www.msbrasil.com.br

MOORE STEPHENS

As firmas-membro da Moore Stephens no Brasil, cada qual constituindo uma pessoa jurídica independente, são associadas à Moore Stephens International Limited (MSIL), uma rede mundial de empresas de auditoria, consultoria e contabilidade. A MSIL e suas firmas-membro, presentes nas principais cidades do mundo, são entidades legalmente distintas e independentes entre si.